

GENDER-ASPEKTE

Sie nimmt den Wandel unserer Werte, Normen und Einstellungen in ihren Fokus und zielt auf die Herstellung von mehr Gerechtigkeit zwischen den Geschlechtern. Welche Situationen oder Ereignisse werden in der frühkindlichen Medienerziehung genutzt, damit Mädchen und Jungen sich der breiten Palette ihrer Chancen und der Vielfalt ihrer individuellen Potentiale vertraut machen können? Auf welche Art und Weise kann man Kinder anregen, ihrer persönlichen Möglichkeiten bewusst zu werden? Bisher fehlt es an Studien, die die Gender Aspekte von frühkindlichen Medienerfahrungen und -zugängen thematisieren. Welchen Einfluss Erziehung und Sozialisation haben, zeigt ein Beispiel aus dem Bereich der Mathematik. Hier findet man bei Jungen und Mädchen im Alter von sechs Jahren eine gleiche Begabung, erst später entwickeln sich die einschlägig bekannten Unterschiede. Im Einzelfall, so zeigen aktuelle Studien, spielen für die jeweiligen Leistungen vor allem die Erwartungen eine Rolle, die entweder von außen vermittelt werden oder aufgrund von Vorerfahrungen verinnerlicht sind und im Gedächtnis situationsbezogen wachgerufen werden. Je nach Situation und Stereotyp lösen sie zum Beispiel eine Erfolgs- oder eine Misserfolgserwartung aus: „Als Mädchen werde ich diese Rechenaufgaben eh nicht alle lösen können“ ; „Als Junge weiß ich genau, dass ich die richtigen Lösung finden kann“. Ob die Furcht vor dem erwarteten Misserfolg den Stresspegel erhöht oder Prophezeiungen sich tendenziell selbst erfüllen, insgesamt verweist eine Vielzahl von Studien darauf, dass Leistungen mannigfaltig zu beeinflussen sind. Im Bereich Mathematik sind die Unterschiede in den letzten Jahrzehnten übrigens deutlich kleiner geworden¹¹.

11 Hannover, Bettina: Vom biologischen zum psychologischen Geschlecht. In: A. Renkl (Hrsg.): Pädagogische Psychologie. Bern 2007, S.339-388.

Adieu schöne Prinzessin, ade tapferer Ritter? - über die Ziele gendergerechter Medienerziehung

Was heißt das für die Praxis? Die Integration von Gender Mainstreaming hat das Ziel, in unterschiedlichen Bereichen der frühkindlichen Medienerziehung und auf mehreren Ebenen mit Informationen, Impulsen und Angeboten Einfluss zu nehmen, Beiträge zu leisten für mehr Geschlechtergerechtigkeit und für den Ausbau gerechter Partizipationschancen. Bedeutet dies: Adieu schöne Prinzessin, ade tapferer Ritter? Aus und vorbei mit einem Kasperltheater, in dem der strenge Wachtmeister im öffentlichen Leben für Recht und Ordnung sorgt, während die allzeit gütige Großmutter Heim und Herd bewacht? Das Kernziel heißt nicht Bücher, Filme, Computerspiele und Videoclips, die traditionelle Muster der Rollenverteilungen wiedergeben, pauschal an den Pranger zu stellen. Die Ausbildung des sozialen Geschlechts und die Übernahme des entsprechenden Rollenverhaltens sind wesentliche Elemente in der frühkindlichen Identitätsbildung. Es geht bei der Integration von Gender Mainstreaming um den Abbau von Diskriminierung oder Benachteiligung und um die Wertschätzung der Vielfalt. Es gilt Rollenspektren zu erweitern, Alternativen aufzuzeigen, die Demarkationslinien zwischen den Geschlechtern zu reflektieren, zu diskutieren und in Frage zu stellen. „Gleichstellung“, sagt Vladimir Spidla, EU-Kommissar für Beschäftigung, Soziales und Chancengleichheit, „ist nicht bloß eine gute Idee - sie gibt den Menschen auch die Möglichkeit, ihr Potenzial zu entdecken und zu nutzen und spielt daher eine wichtige Rolle für die Wettbewerbsfähigkeit der EU...“¹². ■

12 http://ec.europa.eu/employment_social/emplweb/news/2006_de.cfm

INTERVIEW

mit Prof. Dr. Helga Theunert, Direktorin des JFF - Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, München

Verfrühung der Mediensozialisation



Frau Theunert, manche Pädagogen und auch Eltern wünschen sich den Kindergarten als medienfreien Raum.

Das wäre nicht besonders sinnvoll, denn es gibt heute quasi keinen medienfreien Raum mehr. Das Aufwachsen mit Medien beginnt bereits

im Säuglingsalter. Aus der sinnlich-tastenden Medienaneignung wird dann im Kindergartenalter ein allmähliches Entdecken der Medien. Die Kinder in dieser Altersgruppe benutzen bereits einen großen Teil des verfügbaren Medienensembles ganz ohne fremde Hilfe. Dazu gehören Bilderbücher und Hörkassetten, aber auch Fernsehen und Computerspiele. Bis zur Mitte des Grundschulalters wird dann das gesamte Medienensemble genutzt, also mit PC, Internet und Handy. Diese Medien sind eng aufeinander bezogen, d. h. konvergent. →

INTERVIEW

Was verstehen Sie unter Medienkonvergenz?

Mit dem Begriff „Medienkonvergenz“ bezeichnet man die technische und inhaltliche Verzahnung verschiedenartiger Medienangebote. Ausgehend von einem Basisangebot, also etwa einer DVD, werden Medien, Inhalte und Handlungsoptionen gedoppelt oder vervielfacht. So gibt es die DVD zum Kinofilm oder das Computerspiel zur Fernsehserie. Man kann heutzutage Zeitung im Internet lesen, am Computer Ton-, Bild- und Videodateien und das Computerspiel zum neuesten Kinohit genießen und mit anderen Fans im Chat kommunizieren - all das führt zu einer Intensivierung und Ausweitung der medialen Erlebnisse, beinhaltet aber auch Gefahren.

Welche Gefahren meinen Sie?

Diese verzahnten Medienwelten zu durchschauen wird zunehmend schwieriger - hier benötigen Kinder Unterstützung und Begleitung. Da Kinder für die Medien- und Konsumindustrie auch als Kunden immer wichtiger werden, sind sie den Angeboten der konvergenten Medienwelt in hohem Maße ausgesetzt; die Merchandising-Strategien sind ganz besonders auf Kinder ausgerichtet. Bereits Säuglinge und Kleinkinder werden mit Medienfiguren wie „Bob der Baumeister“ in Form von Spielzeug und Gebrauchsgegenständen umgeben, die sie wenig später im Bilderbuch, Fernsehen oder auch im Computerspiel wieder entdecken.

Welche Bedeutung kann denn der Kindergarten als Bildungsort haben?

Der Kindergarten ist prinzipiell die erste Bildungsinstitution, an der die Medienkompetenz von Kindern systematisch gefördert werden kann. Dort sollten sowohl Medien thematisiert werden, die zum festen Alltag der Kinder gehören wie z. B. Fernsehen, aber auch solche Medien, die es noch zu entdecken gilt, wie etwa kreative Computeranwendungen. Im Kindergarten können auch schon frühzeitig die unterschiedlichen Bildungsvoraussetzungen, die in Deutschland besonders stark zum Tragen kommen, ausgeglichen werden. Denn Bildungsstudien belegen, dass der Bildungsstand und der sozioökonomische Hintergrund der Eltern maßgeblich die Mediennutzung der Kinder prägt. In geringer gebildeten Sozialmilieus stellen wir einen eher an Konsum orientierten Medieumgang fest, mit problematischen Mediengewohnheiten wie Dauerfernsehen oder Actionorientierung. In bildungsnahen Sozialmilieus finden wir dagegen einen vielfältigen Mediengebrauch, in dem gerade auch die informativen und interaktiven Potenziale der Medien einen hohen Stellenwert haben. Voraussetzung für eine



an den heutigen Bedürfnissen orientierte Medienerziehung ist nicht zuletzt eine Professionalisierung des Fachpersonals in Aus- und Weiterbildung; Erzieherinnen und Erzieher müssen die Altersspezifik der Mediennutzung kennen, mit den gängigen Medienangeboten vertraut sein und auch das nötige methodische Rüstzeug haben, um Medienkompetenz zu vermitteln. In diesem Zusammenhang erscheint mir eine Vernetzung von familiärer und professioneller Medienerziehung sehr sinnvoll. Denn auch die Eltern sollten dafür sensibilisiert werden, Kinder von Anbeginn ihres Lebens in jeweils altersangemessener Form darin zu unterstützen, kompetent und kritisch mit einer Vielfalt an Medienangeboten umgehen zu können.

Sollten denn schon Computerkurse im Kindergarten durchgeführt werden?

Das Trainieren instrumenteller Fertigkeiten etwa in Form von Computerhandhabungskursen im Kindergarten ist unangebracht und unnötig. Das Kind sollte vielmehr die Chance erhalten, Medien in ihrer Vielfalt zu entdecken. Die Betonung liegt dabei auf „entdecken“. Dies kann auch beinhalten, dass Kinder aktiv Medienprodukte gestalten, wenn sie z. B. basierend auf einer einfach zu handhabenden Software und mit pädagogischer Unterstützung multimediale Collagen aus Bildern, Tönen und Texten arrangieren. Aber eine Medienkompetenzförderung, die gemäß dem Motto „Humankapital Kind effektivieren!“ handelt, ist nicht im Sinne der Medienpädagogik. ■

Die Fragen stellte Dirk Frank von Schulen ans Netz e. V.